	Система менеджменту якості НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС навчальної дисципліни «Основи технічної естетики і дизайну»	Шифр документа	СМЯ НАУ НМК НМК 15.01.07–01– 2020
		Стор. 4 із 32	

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних відносин
Кафедра комп'ютерних мультимедійних технологій

АНОТОВАНИЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

з дисципліни «Основи технічної естетики і дизайну»

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність: 186 Видавництво та поліграфія

ОПП: Технології електронних мультимедійних видань

Укладач(і): _____ С.М. Денисенко

(науковий ступінь, вчене звання, П.І.Б. викладача)

Конспект лекцій розглянутий та схвалений
на засіданні кафедри комп'ютерних
мультимедійних технологій

Протокол № ____ від «__» ____ 20__ р.

Завідувач кафедри _____

	Система менеджменту якості НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС навчальної дисципліни «Основи технічної естетики і дизайну»	Шифр документа	СМЯ НАУ НМК НМК 15.01.07-01- 2020
		Стор. 5 із 32	

Лекція № 1

Тема лекції: Вступ. Технічна естетика та дизайн.

План лекції

1. Поняття та основні принципи технічної естетики. Значення технічної естетики у житті та діяльності людини.
2. Естетика книги як товару особливого виду. Естетичні властивості книги.
3. Сутність поняття «дизайн». Об'єкт, предмет, мета, функції дизайну. Історія становлення дизайну.
4. Види дизайну. Стилi дизайну. Специфіка дизайну видавничої продукції.

Зміст лекції

1. Поняття та основні принципи технічної естетики. Значення технічної естетики у житті та діяльності людини.

Технічна естетика – наука про закони художньої творчості в сфері техніки, які вона розкриває, вивчаючи взаємозв'язок між людиною і створюваними нею предметами матеріальної культури в умовах середовища, де цей взаємозв'язок здійснюється.

Технічна естетика вивчає:

- властивості матеріалів і закономірності формоутворення, що підкоряються строгим законам природи,
- принципи сприйняття предметно-просторового оточення, враховує розвиток емоційних і розумових здібностей людини, зростаючих з прогресом науки і техніки,
- аспекти конструювання як виду творчої продуктивної діяльності.

2. Естетика книги як товару особливого виду. Естетичні властивості книги.


Естетична цінність товару - властивість товару за допомогою чуттєво сприйманих ознак форми виражати його суспільну цінність і значимість.

Естетичні властивості книг обумовлені хорошим поліграфічним та художнім оформленням і визначають споживчу цінність книг як предметів, які розглядають, як в закритому (з боку палітурки або обкладинки), так і в розкритому вигляді.

3. Сутність поняття «дизайн». Об'єкт, предмет, мета, функції дизайну. Історія становлення дизайну.

Дизайн - це проектна художньо-творча діяльність, що спрямована на розробку елементів предметно-просторового середовища людської життєдіяльності, які виготовлені індустріально, з високими споживчими властивостями й естетичними якостями.

Об'єкт дизайну - будь-яка річ, сукупність речей, предметно-просторове середовище або будь-яке інформаційне повідомлення, якщо воно

	<p>Система менеджменту якості НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС навчальної дисципліни «Основи технічної естетики і дизайну»</p>	<p>Шифр документа</p>	<p>СМЯ НАУ НМК НМК 15.01.07-01- 2020</p>
		<p>Стор. 6 із 32</p>	

безпосередньо стикається з життям людини.

Предмет дизайну - створення гармонійної, змістовної і виразної форми об'єкта, в якій відбивається цілісне значення його споживної цінності.

4. Види дизайну. Стили дизайну. Специфіка дизайну видавничої продукції.

Види дизайну:

- індустриальний (промисловий),
- дизайн архітектурного середовища,
- дизайн виставкових експозицій,
- дизайн одягу і аксесуарів,
- арт-дизайн,
- графічний,
- комп'ютерний,
- педагогічний дизайн...

Стили дизайну: романський, готичний, класичний, постмодернізм, функціоналізм, раціоналізм, мінімалізм та ін.

Лекція № 2

Тема лекції: Психологічні та ергономічні засади дизайну.

План лекції

1. Основні принципи сприйняття і врахування їх особливостей у створенні дизайну видань. Закономірності пам'яті, уваги, мислення. Емоції і дизайн. Творчі здібності і дизайн.

2. Ергономіка і дизайн. Антропометричні, анатомо-фізіологічні, гігієнічні, фізіологічні ергономічні показники. Ергономічні властивості книги.

3. Поняття «форми» речі. Форма книги, внутрішня та зовнішня форми книги.

Зміст лекції


1. Основні принципи сприйняття і врахування їх особливостей у створенні дизайну видань. Закономірності пам'яті, уваги, мислення. Емоції і дизайн. Творчі здібності і дизайн.

Поль Ренд: «...дизайн зрештою орієнтований на глядача, а оскільки мета будь-якого дизайнера - бути переконливим або, принаймні, досить інформативним, йому доводиться вирішувати проблеми подвійної природи: передбачити реакцію глядачів і задовольняти свої власні естетичні проблеми».

2. Ергономіка і дизайн. Антропометричні, анатомо-фізіологічні, гігієнічні, фізіологічні ергономічні показники. Ергономічні властивості книги.

Ергономіка - природничо-наукова основа дизайну.

Предмет ергономіки - вивчення системних закономірностей взаємодії людини (групи людей) з технічними засобами, об'єктом діяльності і

	<p>Система менеджменту якості НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС навчальної дисципліни «Основи технічної естетики і дизайну»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ НМК НМК 15.01.07-01- 2020
		Стор. 7 із 32	

середовищем у процесах життєдіяльності.

Мета ергономіки:

- підвищення ефективності та якості діяльності людини в системі «людина-машина-об'єкт діяльності-середовище проживання»,
- збереження здоров'я людини,
- створення передумов для розвитку його особистості.

Ергономічні властивості книги характеризують:

- зручність користування книгою,
- комфортність при її читанні.

Ергономічні властивості формуються на етапі конструювання, при виборі шрифту і формату видань, виду і якості ілюстрацій.

3. Поняття «форми» речі. Форма книги, внутрішня та зовнішня форми книги.

Види форми речей:

- візуальна (зорово-сприйнята) форма,
- технологічна - визначає річ як продукт технологічного перетворення матеріалу (форма отримана на токарному верстаті або в ливарній),
- дизайн-форма - організованість предмета, що виникла як результат діяльності дизайнера по досягненню взаємопов'язаної єдності всіх властивостей виробу - конструкції, кольору, фактури, технологічної доцільності.

Форма книги - спосіб організації її змісту, конфігурація, конструкція, художнє оформлення книги.

Форма книги є внутрішня і зовнішня:

- внутрішня форма книги - літературна, наукова, логічна організація твору,
- зовнішня форма книги - видавничо-поліграфічна, знакова, художня організацію видання.

Лекція № 3

Тема лекції: Композиційні прийоми, правила та елементи дизайну видань.

План лекції

1. Природа композиції в книзі, її зовнішня і внутрішня структура. Елементи композиційного комплексу. Поняття «архітектоніка» книги.
2. Цілісність і єдність принципів композиційних побудов в книзі.
3. Основні елементи дизайну видань: крапка, лінія, текстура, напрямок.

Зміст лекції

1. Природа композиції в книзі, її зовнішня і внутрішня структура. Елементи композиційного комплексу. Поняття «архітектоніка» книги.

	Система менеджменту якості НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС навчальної дисципліни «Основи технічної естетики і дизайну»	Шифр документа	СМЯ НАУ НМК НМК 15.01.07-01- 2020
		Стор. 8 із 32	

Архітекtonіка видання – це внутрішньозмістова будова видання, виокремлення елементів, скріплених у єдине ціле, визначення місця кожного з них на сторінці та у виданні.

Архітекtonіка видання – це 1) будова видання, у якій відображені змістові та типологічні особливості твору, що публікується; 2) наука про обумовлені змістом та типологічною моделлю структуру і композицію видань.

Основні засоби архітекtonіки – 1) засоби структурування матеріалу: рубрикація, ієрархізованість композиційних одиниць (різних текстових і зображальних частин видання), створення апарату видання, 2) засоби розташування і взаємопідпорядкування різних композиційних одиниць: симетрія, асиметрія, динаміка, рівновага, пропорційність, масштаб, метр, ритм, контраст, нюанс; 3) засоби оформлення: застосування кольору, ілюстрування, декоративне оформлення, шрифтовий дизайн; 4) засоби акцентування (шрифтові та нешрифтові засоби увиразнення тексту) та засоби інтерпретації інформації (увиразнення тексту графічно, а також: відбір матеріалу, групування різних за обсягом і значенням текстових і зображальних матеріалів – створення добірок, авторських колонок; анонсування, введення додаткових текстів або коментарів, розташування текстів у певному порядку, жанрове варіювання тощо).

2. Основні елементи дизайну видань: крапка, лінія, текстура, напрямок.

Основні принципи дизайну:

- Баланс.
- Контраст.
- Напрямок.
- Пропорції.
- Повторення і ритм.
- Єдність різноманіття.

3. Основні елементи дизайну видань: крапка, лінія, текстура, напрямок.

Елементи дизайну - це частина дизайну, яка може бути виділена з дизайну, якій можна дати визначення незалежно від контексту.

Елементи дизайну створюють структуру проекту.


Елементи дизайну: точка; лінія; форма; текстура; простір; силует; рух; колір.

Лекція № 4

Тема лекції: Композиція внутрішніх та зовнішніх елементів оформлення книги.

План лекції

1. Різновиди смуг складання в залежності від їх призначення і ролі в

	<p>Система менеджменту якості НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС навчальної дисципліни «Основи технічної естетики і дизайну»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ НМК НМК 15.01.07–01– 2020
		Стор. 9 із 32	

книзі.

2. Титульний лист, його види, композиційні задачі.
3. Типи оформлення зовнішніх елементів книги.

Зміст лекції

1. Різновиди смуг складання в залежності від їх призначення і ролі в книзі.

Початкова смуга - це смуга набору, з якої починається текст всієї книги, глави або розділу.

Види початкової смуги:

- коротша звичайної смуги (смуга має чистий спуск),
- однакового розміру з смугою (використовується заставка або лінійки).

Кінцева смуга - це смуга набору, якою закінчується текст всієї книги, глави або розділу.

Види композиції кінцевої смуги:

- вільне від тексту місце нічим не заповнюється,
- на вільному від тексту місці поміщається кінцівка,
- текст кінцевої смуги набирається у вигляді якої-небудь фігури, завершеної кінцівкою або ж без неї.

2. Титульний лист, його види, композиційні задачі.

Титульний лист - перша сторінка книжкового блоку з основними вихідними відомостями.

Види титульних листів:

- Односмуговий титул.
- Двосмуговий титул, розворотний.
- Двосмуговий титул, розпашний

3. Типи оформлення зовнішніх елементів книги.

Зовнішні елементи книги:


- обкладинка,
- палітурка,
- деталі, що до них примикають - форзац, суперобкладинка, футляр.

Типи зовнішнього оформлення книги:

- шрифтове;
- орнамент або непередметно-декоративне оформлення;
- предметно-тематичне зображення;
- символічне чи емблематичне зображення;
- сюжетно-тематичне зображення.

Лекція № 5

Тема лекції: Дизайн видань залежно від цільового та читацького призначення.

	<p>Система менеджменту якості НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС навчальної дисципліни «Основи технічної естетики і дизайну»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ НМК НМК 15.01.07-01- 2020
		Стор. 10 із 32	

План лекції

1. Залежність оформлення від типу видання. Оформлення наукових, науково-популярних, навчальних, літературно-художніх видань.
2. Дизайн дитячих видань. Дизайн довідкових видань.
3. Художнє оформлення альбомів з мистецтва.

Зміст лекції

1. Залежність оформлення від типу видання. Оформлення наукових, науково-популярних, навчальних, літературно-художніх видань.

Для кожного видання певного типу, визначеної функціональної групи перш за все необхідно визначити принципи його організації. Необхідно пройти шлях від рукопису автора і перших ідей, уявлень-образів по майбутній книзі до її ескізу (реального матеріального проекту), що відповідає безлічі різноманітних завдань: ідеологічних, художніх, комунікативних, комерційних, ергономічних та ін.

Предметом опису творів науково-популярної літератури є наука, а завданням - популяризація, поширення наукових знань серед широкої аудиторії читачів.


Тематичний діапазон науково-популярної літератури широкий: всі без винятку області наук і види людської діяльності. Вона повинна розповідати про науку і її методах, результати досліджень, досягнення, відкриття, проблемні питання, гіпотезах і напрямках наукового пошуку читачам найширшої аудиторії, читачам, які не є фахівцями в області, яка розглядалася в виданні.

Для того щоб грамотно сформулювати і проілюструвати (оформити) навчальне видання, слід знати, які саме чинники і як впливають на ті чи інші характеристики оформлення. Так як чинників таких дуже багато і вони досить різнохарактерні, для зручності викладу їх краще об'єднати в групи. До однієї групи ми віднесемо фактори, які впливають на оформлення видання як би «зовні» (та чи інша організація навчального процесу, тираж видання, особливості поліграфії, вимоги економії і т.д.); до іншої - фактори, що визначають особливості оформлення видання «зсередини»: до них необхідно віднести все, що стосується особливостей побудови навчального видання або його рукописи як вихідного матеріалу для майбутнього видання.

2. Дизайн дитячих видань. Дизайн довідкових видань.

Принципи оформлення та ілюстрування дитячих книг обумовлені віковими особливостями дитячого сприйняття. Для кожного з вікових етапів, які проходить у своєму розвитку дитина, характерні певні особливості засвоєння інформації, які суттєво впливають на конструкцію книги, на якість ілюстрацій, рішення шрифтових композицій і т.д. З віковими особливостями дітей пов'язані і особливі з'єднання ілюстрацій і тексту в книзі.

1. Художнє оформлення альбомів з мистецтва.

	Система менеджменту якості НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС навчальної дисципліни «Основи технічної естетики і дизайну»	Шифр документа	СМЯ НАУ НМК НМК 15.01.07–01– 2020
		Стор. 11 із 32	

Методика художнього оформлення і конструювання альбомів з мистецтва та фотоальбомів має свої особливості як в процесі передпроектного вивчення матеріалів автора, так і в процесах власне оформлення і конструювання. Ці особливості пов'язані насамперед з тим, що основним в змісті альбому є ряд зображень, а не текст. Цільове призначення альбомного видання стає візуальне ознайомлення читача-глядача з тими чи іншими творами або явищами мистецтва.

Лекція № 6

Тема лекції: Дизайн акцидентних видань.

План лекції

1. Дизайн буклетних видань.
2. Дизайн акцидентних видань за художньо-функціональним призначення: флаєр, аркушевий календар, поштова листівка.
3. Дизайн упаковки та етикетки.

Зміст лекції

1. Дизайн буклетних видань.

Буклет - поліграфічна продукція рекламної або інформаційної спрямованості, що представляє собою паперовий лист, виконаний, як правило, методом двостороннього друку, і має один і більше фальців (складань).

Завдання буклетів:

- коротко і інформативно донести до читача відомості про продукцію або послуги компанії;
- можуть використовуватися для розсилки по клієнтській базі, для роздачі під час контактів з клієнтами, діловими партнерами або можуть бути інформаційним засобом поширення інформації на масових заходах;
- можуть являти собою компактний і недорогий варіант корпоративного проспекту, розрахований на масову аудиторію.

2. Дизайн акцидентних видань за художньо-функціональним призначення: флаєр, аркушевий календар, поштова листівка.


Флаєр («літаючі листівки») – листівки, що застосовуються для підтримки короткострокових рекламних акцій щодо просування якогось певного товару або послуги.

Особливості:

- нехайне поширення інформації;
- невеликі фінансові затрати;
- широкі можливості поширення: їх можна відправляти поштою, передавати по факсу, розміщувати на стійках, розвішувати на стінах або вкладати в автомобілі.

Листівка (открытка – «открытый» лист):

- карткове видання, надруковане з одного чи обох сторін;

	<p>Система менеджменту якості НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС навчальної дисципліни «Основи технічної естетики і дизайну»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ НМК НМК 15.01.07–01– 2020
		Стор. 12 із 32	

- вид двосторонніх поштових карток з паперу або картону, що використовуються для відкритого листа.

Будова листівки:

- на лицьовій стороні повноформатне зображення,
- зворотня сторона призначена для написання повідомлення і адрес одержувача і відправника.

3. *Дизайн упаковки та етикетки.*

Упаковка - засіб чи комплекс засобів, що забезпечують захист продукції від пошкодження і втрат, навколишнього середовища від забруднень, а також забезпечують процес обігу продукції.

Призначення упаковки - містити в собі і захищати продукт на всьому шляху його розповсюдження і продажу.

Дизайн упаковки - її оформлення з точки зору форми, колірних рішень, текстових і графічних матеріалів, а також дотримання пропорцій, фірмового стилю, елементарного смаку.

Етикетка - друкована продукція, що містить текстову і графічну інформацію і виконана у вигляді наклейки або бирки на будь-який продукт виробництва.

Етикетка - дуже важливий елемент упаковки, вона повинна не тільки інформувати покупця про певні властивості, якості і ціну, але і відповідати характеру товару.

Лекція № 7

Тема лекції: Дизайн афішно-плакатної продукції.

План лекції

4. Види афішно-плакатної продукції.
5. Дизайн соціального, агітаційного, інформаційного плаката.
6. Шрифтовий плакат.

Зміст лекції

1. *Види афішно-плакатної продукції.*


Плакат – крупноформатне (листоове) видання (зазвичай у вигляді малюнка, зображення, яке супроводжується коротким текстом), що виконує завдання наглядної агітації і пропаганди, інформування, реклами, інструктажу чи навчання.

Плакати за технікою створення:

- друковані;
- трафаретні;
- авторські - виставкові варіанти; ближчі до мистецтва, глибші та суб'єктивніші.

Плакати за характером змісту:

- сатиричні;
- декоративні;

	<p>Система менеджменту якості НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС навчальної дисципліни «Основи технічної естетики і дизайну»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ НМК НМК 15.01.07-01- 2020
		Стор. 13 із 32	

- бібліотечні і т.д.

Плакати за призначенням:

- агітаційні;
- інформаційні;
- рекламні;
- просвітницькі;
- соціальні та ін.

Афіша – крупноформатне видання, основна мета якого - повідомити про майбутній захід гранично великій кількості людей.

2. *Дизайн соціального, агітаційного, інформаційного плаката.*

Універсальні вимоги до плакату:

- 1) захопити глядача візуально;
- 2) примусити його задуматись;
- 3) налаштувати на вирішення проблеми чи спонукати до активної діяльності.

Усі ці вимоги втілюються через елементи плаката: візуальний образ, текст (слоган), логотип (у рекламному плакаті).

3. *Шрифтовий плакат.*

Текст є частиною єдиного візуального послання.

Він пов'язаний із зображенням не лише стилістично та композиційно, але створює з ним цілісний образ.

Текст в плакаті може використовуватись як: прямий заклик до дії, лозунг, інформування (назва події, місце й час її проведення), уточнення змісту.

Лекція № 8

Тема лекції: Дизайн рекламних видань.

План лекції

7. Рекламна продукція.
8. Художнє оформлення рекламних видань. Фірмовий стиль. Товарний знак.
9. Рекламний текст і ілюстрації. Принципи вибору візуальних образів та засобів. Композиція рекламного оголошення.


Зміст лекції

1. *Рекламна продукція.*

Реклама (лат. *reclamare* – «викрикувати») – способи і форма доведення до зацікавлених осіб інформації про реалізовані товари і послуги, що переслідують мету викликати до них інтерес споживача і надати йому необхідний набір відомостей про властивості об'єкта реалізації.

Види реклами:

- престижна, чи фірмова (про переваги фірми, що вигідно відрізняють її від конкурентів);

	Система менеджменту якості НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС навчальної дисципліни «Основи технічної естетики і дизайну»	Шифр документа	СМЯ НАУ НМК НМК 15.01.07–01– 2020
		Стор. 14 із 32	

- агресивна (активне доведення переваг товару рекламодавця);
- превентивна (підбив позиції конкурентів);
- захисна, чи корпоративна (створюється враження про фірму, як про організацію-патріота; в рекламі підкреслюється, що урядові і ділові кола високо оцінюють роботу організації та надають їй пільги на ліцензії, кредити, страхування);
- однорідна (однакова в різних точках збуту, що дозволяє заощаджувати на проведенні рекламних кампаній);
- неоднорідна, але така, що не суперечить єдиній концепції реклами (так, продукція рекламується на різній території по різному);
- недостовірна (надає не точну інформацію);
- неетична (містить інформацію, що порушує загально моральні норми).

2. Художнє оформлення рекламних видань. Фірмовий стиль. Товарний знак.

Естетичні властивості друкованої реклами – властивості, що призначені для задоволення почуття прекрасного в людині.

Основні естетичні якості друкованої реклами: виразність, оригінальність, гармонійність, єдність форми, змісту і стилю, відповідність конкретному історичному періоду часу.

3. Рекламний текст і ілюстрації. Принципи вибору візуальних образів та засобів. Композиція рекламного оголошення.


Текстова частина друкованої реклами може включати:

- Слоган, що відображає суть, філософію і корпоративну політику фірми-рекламодавця.
- Заголовок, що виражає головний рекламний аргумент.
- Основний рекламний текст.
- «Ехо-фраза», що повторює головну думку рекламного тексту і надає завершений вигляд усій рекламі.
- Довідкові дані.

Рекламна ілюстрація – використовується для привертання уваги і створення образу. Візуальні характеристики – Розмір. Форма. Зміст. Техніка виконання. Ідея.

Література

1. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну: Підручник. – К.: Кондор, 2006. –492с.
2. Сава В. І. Основи техніки творення книги: Навч. Посібник. Л.: Каменяр, 2000. –136с.
3. Стивен Хеллер, Сеймур Кваст. Графічний стиль. Від вікторіанців до хіпстерів: ArtHuss, 2019. – 296 с.

	<p>Система менеджменту якості НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС навчальної дисципліни «Основи технічної естетики і дизайну»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ НМК НМК 15.01.07-01- 2020
		Стор. 15 із 32	

4. Герчук Е.Ю. Архитектура книги. – Ташкент: ИндексМаркет, 2011. – 217 с.
5. С. Іванов. Основи композиції видання: Світ, 2013. – 232 с.
6. Гэвин Эмброуз, Нил Леонард. Основи. Графічний дизайн 03. Генерування ідей: ArtHuss, 2019. – 220 с.
7. Цзя Яочен. Творчий потенціал фахівців з графічного дизайну: реалії та перспективи: Центр навчальної літератури, 2018. – 230 с.